



**PENGARUH MARKETING MIX DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DALAM
PENGUNAAN PRODUK KARTU PRABAYAR
IM3**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S1
Manajemen Universitas Muria Kudus)**

Diajukan Oleh:

RINA ARDIANA
NIM : 2009-11-096

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2013**

**PENGARUH MARKETING MIX DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN
PRODUK KARTU PRABAYAR IM3**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen
Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, September 2013

Mengetahui
Ketua Program Studi

Pembimbing I

Noor Azis, SE, MM
NIS. 0610701000001179

Dr. Supriyono, SE, MM
NIS. 0610701000001176

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II

Dr. H. M. Edris, Drs. MM
NIS. 0610702010101021

Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM
NIS. 0610701000001168

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal sesungguhnya orang yang paling mulia disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengetahui (Qs. Al-Hujarrat:13).
2. Dan berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu ...(Qs. Ali Imran:159).

PERSEMBAHAN :

Allah...Ya Karim

Jika karya nan sederhana ini

Engkau beri nilai, maka akan kupersembahkan untuk:

- Bapak dan Ibuku tercinta yang telah memberikan do'a, mendidik dan mencurahkan kasih sayangnya padaku
- Adikku "Elsa" yang telah memberikan inspirasi dalam penyelesaian skripsi ini walaupun dia sering bertengkar
- Seluruh keluargaku yang selalu mendo'akan setiap langkahku
- Teman-teman "FEMA-2009" yang telah membantu dan memberikan semangat untuk mewujudkan cita-citaku
- Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **PENGARUH MARKETING MIX DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN PRODUK KARTU PRABAYAR IM3 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Muria Kudus)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H.M. Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. Supriyono, SE, MM selaku Dosen pembimbing I dan Ibu Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM selaku Dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, petunjuk dan motivasi serta doa pada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Segenap Civitas Akademik Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin penelitian dalam penyusunan skripsi.

4. Bapak dan Ibuku tercinta yang dengan penuh ketulusan hati memberikan kasih sayang, kerja keras dan keagungan do'a serta pengorbanan materiil maupun spiritual demi keberhasilan ananda.
5. Adikku tercinta yang memberikan keceriaan dan semangat dalam hidup: dengan cinta kita, canda kita, tangis kita dan harapan-harapan kita.
6. Sahabat dan teman-temanku semua, FEMA 2009 yang saling menyemangati satu sama lain, hingga terselesainya skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan sumber dari beberapa buku dan sumber lain sebagai acuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, baik dari segi sistematika maupun isi masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan dan akan menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga dengan tersusunnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kudus, September 2013

Penulis

ABSTRAKSI RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1 2013

- Nama Penyusun : RINA ARDIANA
- Judul Skripsi : PENGARUH MARKETING MIX DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN PRODUK KARTU PRABAYAR IM3 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Muria Kudus)
- Jumlah Halaman : Permulaan xiv, isi 77, tabel 21, gambar 4.
- Ringkasan :

Strategi pemasaran untuk menciptakan permintaan melalui loyalitas konsumen dipengaruhi oleh barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen, harga barang atau jasa, upaya mendistribusikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen dan kegiatan memperkenalkan kepada konsumen melalui (promosi). Bahwa kegiatan memasarkan produk dipengaruhi oleh interaksi dari keempat hal tersebut diatas. Marketing mix merupakan campuran (*mix*) yakni interaksi dari empat hal tersebut, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*). Masing-masing variabel tersebut berinteraksi satu sama lain guna menciptakan suatu permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan memberikan manfaat, diterima baik oleh konsumen yang pada ujungnya pelanggan akan menjadi loyal.

Tujuan penelitian ini adalah: untuk menguji pengaruh antara produk, harga, tempat, promosi dan tingkat kepuasan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3 Pada Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Muria Kudus baik secara parsial maupun berganda.

Variabel dalam penelitian yang menjadi variabel independen adalah variabel produk (X1), harga (X2), tempat (X3), promosi (X4), dan kepuasan konsumen (X5). Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas konsumen (Y). Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara parsial dan berganda, di mana jumlah sampel penelitian ini adalah 84 responden.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: 1) Tidak ada pengaruh yang signifikan antara produk terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3, ini terlihat antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Karena t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,542 < 1,9908$) maka t_{hitung} terletak di daerah terima, artinya hipotesis nihil (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. 2) Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3, ini terlihat antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Karena t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-1,727 <$

1,9908) maka t_{hitung} terletak di daerah terima, artinya hipotesis nihil (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Jadi variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. 3) Ada pengaruh yang signifikan antara tempat terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3, ini terlihat antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,659 > 1,9908$) maka t_{hitung} terletak di daerah tolak, artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Jadi variabel tempat berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. 4) Ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3, ini terlihat antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($9,058 > 1,9908$) maka t_{hitung} terletak di daerah tolak, artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Jadi variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. 5) Ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3, ini terlihat antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,893 > 1,9908$) maka t_{hitung} terletak di daerah tolak, artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Jadi variabel kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. 6) Ada pengaruh antara produk, harga, tempat, promosi dan tingkat kepuasan secara signifikan terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3, ini terlihat nilai F_{hitung} dan F_{tabel} ternyata F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($33,250 > 2,33$) maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya bahwa semua variabel independen yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, dan kepuasan konsumen berpengaruh secara berganda terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: *Marketing Mix, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Marketing Mix.....	8
2.1.1. Pengertian Marketing Mix	8
2.2. Produk	9
1.2.1. Pengertian Produk	9
2.2.2. Bauran Produk (<i>Product Mix</i>).....	9

2.2.3. Indikator Produk	10
2.2.3 Harga	11
2.3.1. Pengertian Harga	11
2.3.2. Tujuan Penetapan Harga.....	12
2.3.3. Indikator Harga.....	12
2.4. Tempat (<i>Place</i>).....	13
2.4.1. Indikator Tempat.....	15
2.5 Promosi	16
2.5.1. Pengertian Promosi.....	16
2.5.2. Indikator Promosi.....	17
2.6. Kepuasan Konsumen.....	17
2.6.1. Definisi Kepuasan Konsumen.....	17
2.6.2. Indikator Kepuasan Konsumen.....	19
2.7. Loyalitas Konsumen.....	19
2.7.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	19
2.7.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	21
2.7.3 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen.....	22
2.8 Penelitian Terdahulu.....	23
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
2.10 Hipotesis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian.....	27
3.1.1. Lokasi Penelitian.....	27

3.1.2. Waktu Penelitian.....	27
3.2. Variabel Penelitian.....	28
3.2.1. Variabe Dependendl.....	28
3.2.2. Variabel Independen.....	28
3.2.3. Definisi Operasional.....	28
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.1. Jenis Data.....	31
3.3.2. Sumber Data.....	31
3.4. Populasi dan Sampel.....	32
3.5. Pengumpulan Data.....	34
3.4.1. Kuesioner.....	34
3.4.2. Dokumentasi.....	34
3.6. Pengolahan Data.....	34
3.5.1. Proses Editing.....	35
3.5.2. Proses Scoring.....	35
3.5.3. Proses Coding.....	35
3.5.4. Proses Tabulating.....	35
3.7. Uji Instrumen Data.....	36
3.6.1. Uji Validitas.....	36
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	36
3.6.3. Uji Normalitas.....	36
3.6.4. Uji Linieritas.....	37

3.8.	Metode Analisis Data.....	37
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	37
3.7.2.	Analisis Kuantitatif.....	38
3.7.3.	Analisis Regresi.....	38
3.7.4.	Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Produk Kartu Prabayar IM3.....	41
4.2.	Gambaran Umum Fakultas Ekonomi UMK.....	42
4.1.1.	Sejarah dan Perkembangan Program Studi Manajemen S1.....	42
4.1.2.	Visi, Misi dan Tujuan.....	44
4.2.	Penyajian Data.....	45
4.2.1.	Uji Instrumen.....	45
4.2.2.	Uji Normalitas.....	49
4.2.3.	Uji Linieritas.....	50
4.2.4.	Identitas Responden.....	51
4.2.5.	Deskriptif Variabel.....	53
4.3.	Analisis Data.....	59
4.3.1.	Uji Parsial.....	60
4.3.2.	Uji Berganda.....	65
4.3.3.	<i>Adjusted R Square</i>	66
4.4.	Pembahasan.....	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	74

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran

-



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1. : Populasi Penelitian.....	32
Tabel 4.1. : Hasil Uji Validitas Angket Variabel Produk (X_1).....	45
Tabel 4.2. : Hasil Uji Validitas Angket Variabel Harga (X_2).....	46
Tabel 4.3. : Hasil Uji Validitas Angket Variabel Tempat (X_3).....	46
Tabel 4.4. : Hasil Uji Validitas Angket Variabel Promosi (X_4).....	47
Tabel 4.5. : Hasil Uji Validitas Angket Variabel Kepuasan Konsumen (X_5).....	47
Tabel 4.6. : Hasil Uji Validitas Angket Variabel Loyalitas Konsumen (X_5).....	48
Tabel 4.7. : Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.8. : Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.9. : Usia Responden.....	52
Tabel 4.10 : Angkatan Responden.....	53
Tabel 4.11 : Frekuensi Variabel Produk.....	54
Tabel 4.12 : Frekuensi Variabel Harga.....	55
Tabel 4.13 : Frekuensi Variabel Tempat.....	56
Tabel 4.14 : Frekuensi Variabel Promosi.....	57
Tabel 4.15 : Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen.....	58
Tabel 4.16 : Frekuensi Loyalitas Konsumen.....	59
Tabel 4.17 : <i>Coefficients</i>	61
Tabel 4.18 : ANOVA ^b	65
Tabel 4.19 : Model Summary.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pikir Teoritis.....	25
Gambar 4.1 : Normal Probability Plot.....	50
Gambar 4.2 : Grafis Scatterplot.....	51
Gambar 4.3 : Produk, Harga, Tempat, Promosi, dan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen.....	71

